



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Jornalismo

Orientador: Thaís de Mendonça Jorge

Brasil do Sol Nascente:

Site de reportagens sobre práticas japonesas entre os brasileiros

Fernanda Cunha da Silva

Brasília – DF, dezembro de 2013



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Jornalismo

Orientador: Thaís de Mendonça Jorge

Brasil do Sol Nascente:

Site de reportagens sobre práticas japonesas adotadas por brasileiros

Fernanda Cunha da Silva

Memorial apresentado ao Curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Brasília – DF, dezembro de 2013



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Jornalismo

Orientador: Thaïs de Mendonça Jorge

Membros da banca examinadora

Prof.^a Thaïs de Mendonça Jorge

Prof.^a Zélia Leal Adghirni

Prof. Sérgio Araújo de Sá

Suplente: Prof. Luiz Martins da Silva

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais por me apoiarem nos momentos de maior necessidade, ao Gabriel Cunha e Jhonatan Flach pela constante ajuda técnica, à Sofia Figueira por me receber no Rio, à minha orientadora e a todos os amigos que ajudaram com opiniões e incentivo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
1.1 Tema.....	7
1.2 Objetivo central	8
2. PROBLEMA DA PESQUISA	8
3. JUSTIFICATIVA	9
4. CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	10
5. REFERENCIAL TEÓRICO	12
5.1 Webjornalismo	12
5.2 Objeto de estudo.....	13
6. METODOLOGIA	16
7. CONCLUSÕES	18
REFERÊNCIAS.....	20
ANEXOS	21
Cronograma	21
Orçamento.....	22
Projeto editorial	23
Projeto gráfico	23
Relação de pautas	24
Anexo fotográfico	30
Reportagens.....	35

RESUMO

Resultado de produção própria, desde fotos à criação do site, *Brasil do Sol Nascente* reúne reportagens que refletem doutrinas, profissões e estilos de vida adaptados por brasileiros e nipo-brasileiros por identificação, por afinidade ou por herança cultural. O site apresenta assuntos pouco explorados pela mídia dentre cinco grandes temas: religião, música, esporte, moda e cultura pop. É uma reflexão sobre o que motiva o brasileiro a adotar hábitos e costumes do outro lado do mundo e como o fazem. Para isso, esta pesquisa empreende uma busca ao passado, desde a história dos primeiros imigrantes japoneses no Brasil até os impactos da facilidade de acesso a informações estimuladas pela internet. A pesquisa também questiona como podem ser aproveitadas as especificidades desse meio. O produto final deste trabalho encontra-se disponível no endereço: www.jp-brasil.com.

Palavras-chave: Japão. Cultura. Brasil. Internet. Webjornalismo.

1. INTRODUÇÃO

Brasil do Sol Nascente é uma proposta de site que reúne reportagens e reflete doutrinas, profissões e estilos de vida originados no Japão e adaptados por brasileiros e nipo-brasileiros às circunstâncias de vida no Brasil. É o recorte de um universo que concentra uma série de práticas ainda em difusão ou já ambientadas. O passatempo do *karaokê*, a culinária típica do *sushi* e do *yakisoba* – o que inclui o largo uso do molho de soja *shoyu* –, artes marciais como judô e caratê, a técnica do origami são alguns exemplos de costumes quase naturalizados no Brasil, onde o esporte e a agricultura representam também outras influências.

A proposta é focar em práticas com menor visibilidade ou sob uma diferente representação, dentro de temas distintos e previamente definidos:

- a vertente japonesa do budismo, que teve início no século XII, o budismo *Shin*, representa a religião que foi adotada por cerca de 250 mil brasileiros;
- a arte marcial do arco-e-flecha (*kyudô*), que estimula o auto-conhecimento pela concentração e disciplina;
- a arte do tambor japonês (*Taikô*), resgate das festividades tradicionais por jovens descendentes;
- a moda urbana das lolitas, meninas que se vestem como bonecas no Japão e inspiram garotas e estilistas no Brasil; e
- a cultura do *cosplay*, que estimula a criatividade em fantasias de personagens e apresentações que acontecem no mundo todo.

1.1 Tema

Práticas da cultura japonesa adotadas e adaptadas no Brasil.

1.2 Objetivo central

Produzir um site de reportagens especiais com foco nos seguintes temas da cultura japonesa: esporte, religião, festivais, moda e cultura popular, evidenciando a adaptação das práticas e o motivo da adesão dos brasileiros, que representam números cada vez maiores entre os aficionados.

2. PROBLEMA DA PESQUISA

Estudo da influência cultural japonesa no Brasil por meio de reportagens especiais, que busca responder às seguintes questões:

- a) Como práticas consideradas exóticas chegaram e se instalaram no país?
- b) Como os brasileiros se adaptam a elas, em virtude de diferenças sociais, culturais e mesmo econômicas entre os dois países?
- c) O que chama atenção do brasileiro para a cultura japonesa, que representa um número cada vez maior?

3. JUSTIFICATIVA

A comunidade nipo-brasileira é parte da grande diversidade cultural que caracteriza o Brasil. A imigração japonesa no país já foi objeto de documentários, reportagens e diversos trabalhos acadêmicos, porém em um aspecto total e generalizador. A proposta desse trabalho é chamar a atenção para um pequeno universo de influência cultural nipônica, trazida pelos imigrantes, mas também impulsionada pela internet.

As pautas foram escolhidas dentro de grandes temas previamente definidos: religião, esporte, música, moda e cultura pop. Os três primeiros ligados diretamente à imigração japonesa, que detém no Brasil a maior colônia fora do Japão: 1,7 milhão de *nikkeis* – como se designam os japoneses e descendentes – segundo o Censo de 2000, localizados principalmente na cidade de São Paulo, tendo no bairro da Liberdade seu maior foco.

Por outro lado, a moda urbana e a cultura dos *games*, *animês* e *mangás* – representado pelo termo “cultura pop” que designa toda a indústria de entretenimento – teve impulsão pela internet e adquire um número cada vez maior de adeptos entre os jovens.

Temas como o estudo da língua, arte e culinária também foram considerados, mas por ordem prática foram escolhidas cinco pautas, centralizadas no critério da novidade e diversidade.

O que o site se propõe a estudar é por que e como os brasileiros se adaptam a práticas consideradas exóticas, com uma amostragem entre temas diversos que se estendem do tradicional ao moderno.

4. CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

A imigração japonesa no Brasil começou no início do século XX, por meio de um acordo entre os dois governos. A prosperidade da era Meiji proporcionou um superpovoamento no Japão, mas a mecanização da agricultura levou milhares de camponeses a perder seus empregos. Desta forma, o país se aliou aos Estados Unidos, Peru, México e, poucas décadas depois, ao Brasil e estimulou a emigração através de propagandas.

Por outro lado, o Brasil carecia de mão de obra na zona rural paulista, desde a expansão das plantações de café ocorrida entre a virada dos séculos XIX e XX, que passaram a ser o maior motor da economia do país. O marco do início da imigração é o dia 18 de junho de 1908, quando chegaram de navio 165 famílias japonesas ao Porto de Santos (SP).

Na década de 1930, o Brasil passou a ter a maior população japonesa fora do Japão, título que ostenta até hoje. Aproximadamente 160 mil japoneses passaram a viver no Brasil até 1940, número impulsionado especialmente pela Primeira Guerra Mundial. 91,5% estavam no estado de São Paulo, onde já se firmavam colônias de japoneses especialmente no bairro da Liberdade. Os outros se dividiam nos estados de Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio de Janeiro e Mato Grosso e viviam especialmente da agricultura. Durante o conflito de 1939-1945, porém, o Brasil declarou guerra aos países do eixo (dentre eles, o Japão) ao se juntar aos Aliados, o que gerou uma série de dificuldades: a língua e as manifestações culturais japonesas foram consideradas crime no Brasil e o transporte entre os dois países foi proibido.

Após a Segunda Guerra Mundial, o número de imigrantes voltou a crescer e as proibições foram canceladas. Embora a ideia da maioria fosse retornar à terra natal, muitos decidiram permanecer no Brasil e prosperaram, devido à escassez de recursos do Japão após a guerra, em contraste com a estabilidade conquistada pelo Brasil.

O bairro da Liberdade, em São Paulo, foi e ainda é considerado o local preferido dos imigrantes desde 1940, que passaram a residir ali devido ao baixo custo das moradias e à proximidade com o centro da cidade, que oferecia empregos sob condições melhores que nos campos. Além disso, várias famílias começaram a gerir um negócio próprio.

Porém, a trajetória contrária teve início na década de 1980. A situação se inverteu, o Brasil passava por uma prolongada crise econômica – devido ao choque do petróleo e fatores como inflação e dívida externa –, o que fez com que japoneses voltassem ao país, muitos com esposas brasileiras. Jovens descendentes foram admitidos a seguir e hoje estudantes sem ascendência conseguem bolsas de estudo por programas da Embaixada do Japão e do Ciência sem Fronteiras.

5. REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 Webjornalismo

O jornalismo digital revolucionou o modo de produção e distribuição da notícia. Hoje, a informação pode ir das mãos do repórter direto ao público. E com o auxílio de tecnologia cada vez mais avançada como a dos smartphones a informação se torna cada vez mais instantânea. A World Wide Web se tornou ela própria um meio de comunicação.

Porém, é necessário observar as diversas especificidades do meio, além das vantagens de acesso e distribuição do produto jornalístico.

Quando os jornais se expandiram para a plataforma, apenas disponibilizavam em rede o material do jornal impresso – dentre outros meios que passaram ao desígnio de “meios tradicionais” – no processo que os norte-americanos chamam de *shovelware* (transposição).

Com o tempo, a internet se mostrou um meio único e os veículos de comunicação passaram a explorar as características de distinção a favor do jornalismo. Por exemplo: estudos como o da Sun Microsystems (Pinho, 2003) sugerem que a luz emitida pelo monitor dos computadores cansa a vista do leitor, além de fazê-lo ler mais devagar. Dessa forma, alguns estudiosos recomendavam que o texto para a web fosse 80% mais curto do que o produzido para o papel.

Pinho (2003, p. 54) destaca além do fator da instantaneidade e facilidades de distribuição e acesso, outras vantagens do uso da tela eletrônica: uso de hipertexto, qualificação do público, interatividade e pessoalidade. Em suas palavras, “na internet, a organização não está falando para uma pessoa, mas sim conversando com ela”. A maior possibilidade de interação também é uma das marcas do jornalismo digital, de forma que o autor também chama a atenção para a necessidade de haver um “padrão mínimo” de interação.

Em estudo recente, Jorge (2013, p.240) reforça a necessidade de se ater a essas especificidades, em principal o hipertexto. De acordo com a autora, “a hipertextualidade se naturalizou a tal ponto que ninguém mais concebe um relato colocado na rede, sem links”. Hoje, as mutações do produto jornalístico quando inserido no meio virtual são fruto de três principais fatores:

A hipertextualidade, junto com a multimídia e a interatividade é o que propicia a mutação mais recente da notícia, quando transportada para o meio digital. Esse conjunto confere ao produto digital jornalístico a feição que tem hoje. O hipertexto permite elaborar as relações entre diversos conteúdos e apresentá-los de forma unificada no espaço eletrônico, onde ficam à disposição do leitor. (2013, p.242)

Em sua tese de mestrado, Basile (2009, p.263) explora o conceito do meio como “potencialidade”. De início dá o exemplo de como o silêncio pode fazer parte de uma montagem radiofônica e como jornais podem aparecer em branco como forma de protesto contra a censura, por exemplo.

Em suma: as capacidades dos meios dependem da maneira como são utilizados. Tendo tal conceito em vista, a proposta deste produto como pesquisa de comunicação é explorar o meio virtual enquanto potencialidade, com o uso de hiperlinks, multimídia e interface interativa.

5.2 Objeto de estudo

É proposto nesse trabalho estudar cinco fenômenos da cultura japonesa que hoje fazem parte do espectro que é a cultura brasileira. Os três primeiros elementos, seguindo uma ordem histórica, foram impulsionados diretamente pelo fenômeno da imigração japonesa e são: música, dança e práticas vindas dos festivais tradicionais japoneses; o budismo japonês que representa a religião e duas das práticas esportivas menos conhecidas entre os brasileiros: Kendô e Kyudô, espada e arco-e-flecha japoneses, respectivamente.

As primeiras famílias de imigrantes, de 1908 até a década de 50, tiveram grandes dificuldades de adaptação ao país. Além da diferença da língua, entre outros

costumes culturais, as dificuldades dos imigrantes aumentaram durante a Segunda Guerra Mundial. As relações diplomáticas com o Japão foram cortadas e todas as manifestações culturais dos imigrantes, inclusive a língua, foram restritos no Brasil.

Paula Goto (2007) analisa, em estudo de caso sobre as tradições japonesas em Maringá, que a resistência cultural dos imigrantes desta cidade do Paraná, impulsionou a criação da comunidade japonesa no local e que situações semelhantes aconteceram em todo o país. Foram criadas associações como a ACEMA (Associação Cultural e Esportiva de Maringá), fundada em 1947 no intuito de unir aquelas pessoas no que elas se identificavam: a cultura do país de origem. Com o tempo, o que era tradicional foi remodelado.

Os festivais que acontecem em todo o Brasil, principalmente em estados com núcleo de imigrantes como São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul, Brasília e Mato Grosso do Sul, têm o objetivo de manter e divulgar a cultura japonesa. Nas festas, acontecem oficinas de técnicas como o *ikebana* (arranjo floral), apresentações artísticas, como o toque do tambor japonês (*taikô*), e culinária típica.

Esses festivais hoje têm o que a autora chama de “tradições antigas, adaptadas ou ainda tradições jamais existentes no Japão”, como é o caso do Festival do Japão, evento anual da capital de São Paulo, e do festival japonês no Templo Shin Budista em Brasília, que sediam atividades como competição de *cosplay* (fantasia dos personagens de desenhos japoneses) e a atividade do *Matsuri Dance*, dança inventada pelos brasileiros baseada nos movimentos típicos do Bon Odori, a dança de agradecimento à colheita iniciada pelos budistas japoneses.

De acordo com Paula Goto, o que era uma comunidade fechada se abriu e as culturas se relacionaram resultando um perfil de indivíduo que não é mais “japonês” e sim “nipo-brasileiro”, *nikkei*. No budismo japonês, também trazido diretamente dos primeiros imigrantes, outro processo pode ser notado. Com o tempo, e até como forma de adaptação cultural dos descendentes, muitos nikkeis se converteram ao cristianismo. De acordo com os censos do IBGE de 1991 e 2000 (Usarski, 2004), é possível notar um declínio no número de seguidores da religião no Brasil. Porém, esse declínio não é maior e substancial, pois brasileiros começaram a frequentar os templos budistas e foi o que ajudou a estabilizar a balança.

Por outro lado, houve uma disseminação da cultura pop – termo que designa toda a indústria de entretenimento – japonesa no Brasil: quadrinhos, jogos, música entre outros, movida pelo acesso à internet e a veiculação de desenhos japoneses em canal aberto, em especial *Os Cavaleiros do Zodíaco* em 1994 (Moreno e Oliveira, 2009). Principalmente entre os jovens, entretanto, não apenas com eles. Convenções para reunir esse público começaram a surgir no fim da década de 90 em São Paulo e hoje reúnem milhares de pessoas. Um deles é o *Anime Friends*, em São Paulo, que juntou em sua última edição mais de 120 mil pessoas ao longo de oito dias.

As maiores convenções de Brasília são o *Kodama* e o *Otacon*, encontros de fãs que acontecem em grandes recintos e ocorrem em maio e outubro, respectivamente, durante dois dias. Lá acontecem exposições dos *animês*, diversas competições, como de *cosplay*, do chamado *animekê* (karaokê de aberturas e encerramento dos desenhos), apresentações artísticas tradicionais, desfile de moda japonesa, dentre outros. O primeiro deles foi o Kodama, que começou em 2002 na cidade de Taguatinga e teve 20 mil pessoas em média nos últimos anos.

6. METODOLOGIA

O gênero escolhido foi o da reportagem. Pensamos que é o gênero que melhor se adapta à natureza dos temas. Na reportagem, há predominância de humanização do relato e um relacionamento com o tempo distinto ao imediatismo da notícia. Em um contexto geral, o tema de cultura japonesa foi escolhido por interesse pessoal e se mostrou um rico objeto de estudo. Na expectativa de estudar e apresentar um pouco de sua diversidade, partimos de quatro temas principais: religião, esporte, música, moda e cultura pop. A princípio seria um documentário, mas por razões técnicas a opção foi pelo meio virtual, em que poderiam ser apresentadas imagens em galerias, arquivos de áudio e vídeo, além de fazer entrevistas por email se necessário. A pesquisa inicial foi direcionada à imigração japonesa, com a hipótese de ser o fator mais marcante dessa troca cultural e delimitar as especificidades do meio (internet).

Partindo ao produto, a pré-apuração foi realizada durante o mês de agosto, com duas viagens (Rio de Janeiro e São Paulo) que além de pesquisa inicial, renderam entrevistas para as matérias sobre moda e *kyudô* (arco-e-flecha). Por fim, duas visitas à quermesse do templo budista renderam imagens da apresentação de taikô e as primeiras informações sobre a filosofia da doutrina e história do templo.

As fases de apuração e produção das reportagens foram realizadas durante aproximadamente dois meses, entre três e quatro visitas por pauta. Totalizando 14 saídas entre eventos de cultura japonesa, encontros organizados por comunidades, treinos em locais fixos e o templo budista em diferentes ocasiões (palestras, cerimônia do ofício e curso de meditação). Foi necessária uma forte seleção de fontes, pois 44 pessoas foram entrevistadas no total, entre as duas fases de apuração. Cinco deles por email e todos os outros pessoalmente. A proposta inicial era separar a produção em períodos iguais para cada pauta, de forma que fosse realizada uma por vez. Na prática, isso se mostrou impossível por dificuldade de acesso a fontes primordiais. Foi necessário um mês inteiro de telefonemas e emails para conseguir o agendamento com o monge budista, que por fim teve de ser substituído por outro monge.

Por fim, foi agregado um Glossário, a fim de facilitar a compreensão do leitor dos termos e costumes japoneses.

Em seguida, o processo de edição, produção e publicação do site foi concluído em 20 dias. Iniciou-se com pesquisa sobre plataformas e como publicá-lo, partindo do desafio da pouca verba além de inexperiência no assunto. Três plataformas foram testadas: *Wix*, editor em flash que não envolve programação, porém não tinha suporte para padronização e postagem de textos, em seguida *Joomla* e *Wordpress* que exigem conhecimento de hospedagem e de programação básica a avançada, de acordo com a edição exigida pelo produto.

O *Wordpress* foi escolhido após testes com diversos *Templates* (site base) e pequenas mudanças feitas, como tradução e padronização de fontes. O próximo passo foi incluir *widgets* e *plugins* para enriquecer o site, como a adição de galerias de fotos.

7. CONCLUSÕES

O produto foi um desafio por envolver um assunto que, de acordo com os valores-notícia, chama a atenção por ser exótico, mas que ainda assim tem importância enquanto tema atual e próximo, e também pela inexperiência técnica com o meio: internet.

Houve preocupação em não fazer textos longos, atendendo à recomendação que Pinho (2003) reproduz, sobre não cansar a vista de quem lê em um meio que é fisiologicamente diferente do papel. Fotos e vídeos foram inseridos a cada três ou quatro parágrafos para dinamizar a leitura.

Foram incluídos *links* de diversas páginas para que o leitor possa explorar melhor o assunto e redes sociais foram vinculadas ao produto (*Facebook, Flickr, Youtube*), para divulgá-lo além de possibilitar melhor interação, que junto à adição de recursos multimídia como vídeo e galeria de fotos representam o que Jorge (2013) chama de mutações do jornalismo no meio virtual e foram usadas como forma de explorar as “potencialidades” da plataforma (Basile, 2009).

Quanto aos problemas de pesquisa levantados, podem-se inferir as seguintes conclusões:

- a) A cultura japonesa chega ao Brasil e se reinventa, fazendo parte do dia-a-dia de brasileiros que por diversas razões se veem contemplados por suas doutrinas e costumes. Por exemplo, sobre o budismo *Shin*, os entrevistados demonstraram principalmente curiosidade e experimentação, junto à insatisfação das opções que prevalecem na sociedade ocidental. Hoje, essa prática religiosa possui maioria de adeptos sem ascendência japonesa apesar de ter chegado por meio dos imigrantes, que acolheram o catolicismo como forma de se adequar à nova sociedade. Para Usarski a vertente apenas sobrevive no país por conta desse fator: houve uma troca de culturas, o que fez com que o imigrante virasse cristão, mas também deu a oportunidade ao brasileiro de experimentar novos hábitos.
- b) A internet gera uma aproximação de culturas distantes. Mesmo com a dificuldade geográfica, hoje é possível fazer compras pela internet de

qualquer lugar do mundo. Um usuário pode se incluir em uma série de grupos com acesso a informações que antes a maioria das pessoas não teria acesso. Por exemplo, a moda lolita possui adeptas em várias partes do país, eventos de cultura pop também acontecem em todos os estados.

- c) Depois de cem anos de imigração japonesa, jovens descendentes buscam resgatar a tradição dos avós, como mostra a reportagem sobre *Taikô* (tambor). Por meio desse resgate ou mesmo da manutenção do costume através das gerações, brasileiros também têm a oportunidade de adquirir novos aprendizados.

Os assuntos atendem aos chamados valores-notícia fundamentais (Jorge, 2010), no que tange à *atualidade*, pois o fenômeno dos eventos de cultura pop é recente e se intensifica cada vez mais; à *proximidade*, pois o assunto atinge e seduz jovens de todo o país - com um número representativo em Brasília; e à *notoriedade* tendo em vista que a busca por culturas exóticas em contexto geral é associada a pessoas com instrução e estudo, possíveis formadores de opinião, percebida principalmente nas reportagens sobre kyudô e budismo, que fazem parte de uma busca de autoconhecimento e uma necessidade de identificação e protagonismo social. As pautas também dizem respeito aos chamados valores temáticos, inserindo-se nas grandes áreas de lazer, religião e arte.

Para fins de documentação desta pesquisa, achamos por bem anexar o Cronograma, Orçamento, os projetos editorial e gráfico tal como foram concebidos, as pautas e as matérias executadas, assim como as fotos que foram apresentadas junto às pautas. Todas as fotos são de autoria de Fernanda Cunha. O último elemento do anexo é o Glossário.

REFERÊNCIAS

BASILE, Juliano. Adaptações do jornalismo em tempo de novas tecnologias. 2009. 301 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

GOTO, Paula Regina. Cultura nipo-brasileira: a reinvenção da tradição japonesa no Brasil. Londrina, UEL, 2007.

JORGE, Thaís de Mendonça. Manual do foca. Guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo, Contexto, 2012.

JORGE, Thaís de Mendonça. Mutações do jornalismo: como a notícia chega à internet. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2013.

NOGUEIRA, Arlindo Rocha. Imigração japonesa para a lavoura cafeeira paulista. São Paulo, USP, 1973.

PINHO, J.B. Jornalismo na internet: Planejamento e produção da informação. São Paulo, Summus, 2003.

SAITO, Hiroshi; MAEYAMA, Takashi (orgs.). Assimilação e integração dos japoneses no Brasil. Petrópolis/São Paulo: Vozes/Edusp, 1973.

SAITO, Hiroshi. A presença japonesa no Brasil. T.A. Queiroz, 1980.

SAITO, Hiroshi. Japonês no Brasil. São Paulo. Editora Sociologia e política, 1961.

USARSKI, Frank. O dharma verde-amarelo mal-sucedido: um esboço da acanhada situação do Budismo. Estud. av., São Paulo, v. 18, n. 52, 2004.

Portal do templo Shin Budista da Terra Pura, disponível em:
<http://www.terrapuradf.org.br/>

ANEXOS

Cronograma

Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
12 – Reunião com profª Thaïs	Redação das matérias e produção do site	1-10 – Edição final das matérias	3 – Monografia impressa
14 – Relação de pautas para profª		1-29 – Finalização do site	4 – Distribuição à banca
16-17 – Contatos para pautas			
19 – Primeiro teste com edição de site		15 – Contato com a banca	19 – Defesa da monografia
20 – Cronograma e orçamento à profª			
21 – Pesquisa de similares		25 – Memória da pesquisa semi-final	
24 – Projeto editorial			
26 – Projeto gráfico		29 – Site publicado e gravação do CD	
28 – Metodologia enviada à profª		30 – Edição final da memória	

Em virtude de problemas pessoais e técnicos, algumas datas precisaram ser alteradas.

Orçamento

- Transporte: R\$100 (estimado)
- Alimentação: R\$75 (estimado)
- Fita Mini-DV: R\$15
- Registro do domínio: R\$20
- Impressão da memória: R\$30 (estimado)
- CDs: R\$10

Sub-total: R\$250

Equipamentos:

- Câmera DSLR Canon EOS Rebel T3 + lentes EFS 18-55mm: R\$1.200
- Gravador digital Sony PX-312: R\$130
- Filmadora profissional Sony HVR-A1U*: R\$3.300 (estimado)
- Ilha de edição*: R\$1.000 (estimado)

*Disponibilizados pela Faculdade de Comunicação

Total: R\$5.880

Projeto editorial

Brasil do Sol Nascente é um produto especial de jornalismo. Possui site próprio que poderia ser ligado a portais de cultura ou entretenimento. O público-alvo são homens e mulheres entre 18 e 30 anos.

A proposta principal é explorar a potencialidade do meio virtual, com uso de hiperlinks e multimídia, além de explicar os assuntos para o público leigo enquanto se preocupa com a atenção do próprio público retratado.

O site é dividido em “Início” com introdução similar a de portais, “Sobre” que possui os créditos e informações básicas e as editorias: Religião, Esporte, Música, Moda e Cultura Pop.

Para complementar foram criadas páginas nas redes sociais (*Facebook*, *Flickr* e *Youtube*).

Projeto gráfico

Uso das cores vermelho e branco que junto à logo, faz alusão à atual bandeira do Japão. *Slider* com os títulos e chamadas das cinco reportagens, o design é “clean”, pois a cultura japonesa já é um assunto rico em imagens por si só.

A fonte escolhida é *Arial*, por não possuir serifa é mais fácil de ler na web, o texto é corrido e para não se tornar cansativo é quebrado por imagens a cada dois, três ou quatro parágrafos.

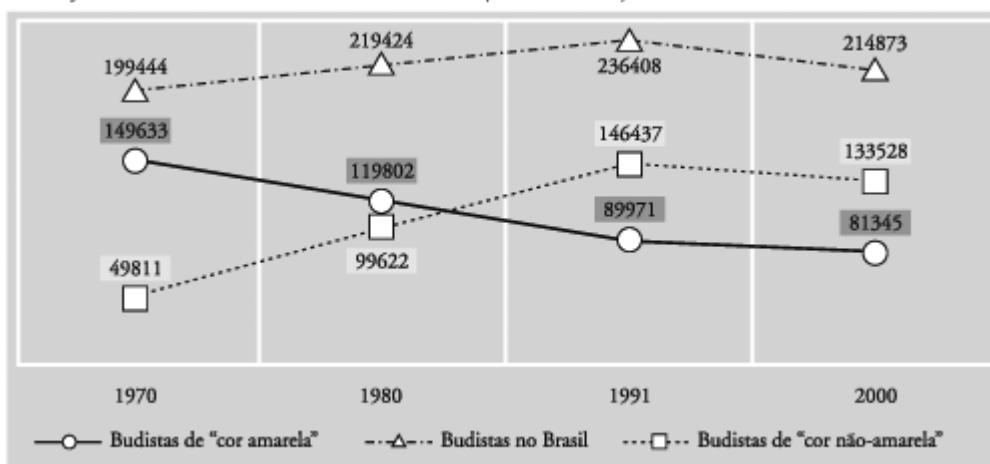
Relação de pautas

1. Tema: Religião

Assunto: Budismo Shin no Brasil

Histórico: A variante nipônica do budismo – Jodo Shinshu – chegou ao Brasil com os primeiros imigrantes e se manteve, a princípio, como exclusividade dos japoneses e de seus descendentes (de denominação “amarela”). Hoje possui mais adeptos dos brasileiros sem ascendência, como ilustra a tabela¹ a seguir:

FIGURA 3
Evolução Numérica do Budismo no Brasil (1970-2000)



Fonte: IBGE.

A construção do templo em Brasília começou em 1958, em uma área solicitada ao presidente JK nos princípios da cidade, com auxílio do templo Honpa Hongwanji do Japão. Desde sua inauguração em 73 até hoje o local se mantém financeiramente através do *Urabon*, festival popularmente conhecido como a “quermesse do templo budista” que ocorre nos fins de semana de agosto, anualmente, e recebe mais de dez mil pessoas².

¹ USARSKI, Frank. Declínio do budismo "amarelo" no Brasil. *Tempo soc.*, São Paulo, v. 20, n. 2, Nov. 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702008000200007&lng=en&nrm=iso>

² <http://www.terrapuradf.org.br>

No momento, o templo está realizando uma petição para tombá-lo em patrimônio histórico e cultural da cidade.

Com isso, possivelmente pela realização destes festivais, o templo de Brasília é um dos que mais recebem não descendentes interessados no budismo japonês. Outros grupos brasileiros como o Soka Gakkai também assumem essa tendência: com a cúpula de maioria *nikkey*, porém 90% do corpo de membros sem qualquer ascendência asiática.

Abordagem: Mostrar personagens que aderiram ao budismo, em especial jovens se houver. Explorar suas motivações e rotinas como religiosos e auxiliares do templo. Mostrar aspecto geral da presença dos não-descendentes hoje, encaminhar para breve histórico do templo em Brasília, como ele se mantém, e apresentar depoimentos com justificativas para essa mudança de gráficos. Possível comparação com os Estados Unidos, em que a presença multi-étnica é bem menor.

Fontes:

- Monge Kentaro Sugao: Diretor do Streams of Light, documentário sobre expansão do budismo shin no ocidente (em visita à Brasília nos dias 13 e 14/09);
- Monge Shôjo Sato. Contato: Templo Shin Budista Terra Pura de Brasília, Área Especial 315/316 Sul Lote 5. Telefone: (61) 3245-2469. Ofício aos fins de semana de 9h às 11h;
- Paulo Ramos Coelho Filho, professor de “Multiculturalismo e budismo na contemporaneidade” na UnB. Contato: pcoelho@hotmail.com / Aula sexta às 8h na sala PAT AT 142/156

Ideias de adereços:

- Ilustração e dados numéricos sobre os tipos de budismo
- Infográfico da saga espiritual do budista

2. Tema: Esporte

Assunto: Kyudô, a prática do arco-e-flecha japonês

Histórico: Kyudô pode ser traduzido para o português como “caminho do arco”, o que já denota uma influenciada das religiões orientais, como o budismo zen, que faz do arco-e-flecha japonês uma prática com propostas espirituais, como harmonia interior. Parte do treino é composto por meditação silenciosa.

No Brasil, a prática começou através da Associação Brasileira de Kyudo (BKK) no Rio de Janeiro em 2007 e hoje possui vertentes nas cidades de São Paulo, Fortaleza, João Pessoa, Vitória e Brasília.

Abordagem: Diferente das práticas esportivas convencionais, o kyudô é uma prática autocontemplativa em que o foco não está nas competições, que são poucas fora do Japão e inexistentes no Brasil.

Explorar necessidades específicas da prática: Como a compra dos equipamentos, que precisam ser importados, e a rigidez com postura e movimentos. Diferente de outras artes marciais, o kyudô também é pouco difundido.

Fontes:

- Nobuo Yanai, japonês nativo fundador da Associação Brasileira de Kyudo (BKK) no Rio de Janeiro. Clube Municipal do Rio de Janeiro, Rua Haddock Lobo, 359, Tijuca. Contato: Celular. Treinos às terças e quintas-feiras de 19h às 21h;
- Elisa Figueira, praticante brasileira auxiliar da associação no Rio. Contato: email
- Luiz Flávio Bhering de Carvalho, líder da Associação Brasileira de Kyudo (BKK) em Brasília. Contato: Celular. Treinos aos sábados 16h e domingos 8h. Clube do Exército. Setor de Clubes Sul – Trecho 3 – Sede do Lago, no Estande de Tiro com Arco

Ideias de adereço:

- Vídeo sobre a prática em Brasília
- Box sobre a história do kyudô no Japão

3. Tema: Cultura Pop

Assunto: Cosplay: do hobby de se fantasiar à competição mundial

Histórico: Cosplay é o nome dado à fantasia confeccionada com o máximo de fidelidade possível a um personagem, que pode ser de animes, jogos, comics ou qualquer tipo de mídia. O hobby é originado dos Estados Unidos, porém ganhou impulso com os japoneses além da maioria dos cosplays serem de mídias do Japão. A World Cosplay Summit (WCS) é a competição mundial do cosplay que acontece anualmente em Nagoya há 11 anos. O Brasil participa desde a quarta edição em 2006, levando ouro logo em sua estreia. Também foi o primeiro a atingir o tricampeonato, em 2009. Ambos os títulos pertencem aos paulistas Mônica e Maurício Somenzari, que trabalham com fotografia e moda, respectivamente.

Abordagem: *Cosplayers* (denominação da pessoa que veste o cosplay) que confeccionam as próprias fantasias e competem em eventos. Investigar motivos para a boa atuação do brasileiro e gosto pelas competições.

A intenção da reportagem é explorar dois aspectos que são deixados de lado na grande mídia: as competições e eventos, ou seja, que é errôneo ser visto como “estilo”, e as etapas da produção do cosplay.

Fontes:

- Mauricio Somenzari, junto à irmã possuem dois dos três títulos do Brasil. Também representaram o país na WCS de 2013. Contato: Email, facebook
- Igor Gustavo Ribeiro, 16 anos, fã da WCS e cosplayer há quatro anos. Contato: telefone fixo, skype e facebook
- Central Cosplay, comunidade nacional que com frequência julga as competições nos eventos. Contato: www.centralcosplay.com, facebook
- Hermes Barreto, cosmaker. Contato: celular

Ideias de adereço:

- Entrevista com o Mauricio na íntegra
- Vídeo de apresentações
- Galeria de fotos

4. Tema: Moda

Assunto: Moda lolita: Passatempo para jovens e inspiração de estilistas

Histórico: O estilo lolita se caracteriza por vestidos e acessórios baseados no Rococó e era Vitoriana. Começou nos anos 80 e se popularizou a partir de 2000 através da internet e da divulgação do músico e estilista Mana. É um dos estilos urbanos mais populares no Japão, onde meninas se vestem dessa forma (para os brasileiros: fantasia ou exagero) diariamente.

No Brasil, teve uma impulsão com a visita da “embaixadora *kawaii*” (do japonês: fofo) Misako Aoki que viajou o país para divulgar a cultura japonesa. É modelo de revistas como a *Gothic & Lolita Bible*, também grande responsável pela disseminação do estilo no mundo.

Abordagem: A reportagem terá duas vertentes, o “hobby” lolita – jovens que se vestem “como bonecas” e compram ou replicam de grifes japonesas – e a “inspiração” com pessoas que vieram da moda e se inspiraram nesses vestidos para produzir as próprias coleções.

Fontes:

- Carolina de Almeida, uma das mais antigas que continua a participar do hobby, de Brasília;
- Lea Bertolim, lolita que possui marca de roupas baseada na moda japonesa. Vende em eventos e pela internet, de São Paulo;
- Carolina Veiga, possui marca de acessórios (What Alice Found) vendida pela *Endossa* em Brasília e loja virtual. Também é adepta à moda lolita, do Rio;
- Professor de moda

Ideias de adereço:

- Galeria perfil com meninas de Brasília, questões rápidas sobre como conheceu, do que mais gosta, por exemplo.

5. Tema: Festivais/Música e Arte

Assunto: Taikô: Percussão japonesa

Histórico: Taikô, em japonês, significa tambor. Possui uma história milenar, desde o primeiro uso em guerras até apresentações folclóricas durante os festivais japoneses que permanecem até hoje. Possui dois estilos: Wadaiko, voltado à composição de música, harmonizado por outros instrumentos como a flauta e acompanhado de movimentos coreográficos, e o Eisá – ou taikô de Okinawa – que é uma dança que utiliza os tambores ao som de uma música gravada.

Em São Paulo, acontece uma competição de taikô tradicional (wadaiko) há dez anos, no bairro da Liberdade. De acordo com a Associação Brasileira de Taikô (ABT), estima-se seis mil praticantes em todo o Brasil com participação de 10% a 15% de *nikkeis*, a mudança de perfil foi registrada a partir de 2002.

Abordagem: Preservação da cultura pelos descendentes, com presença da juventude nipo-brasileira na prática. Atração de jovens sem ascendência que segundo a ABT totalizam a grande maioria. Foco no taikô tradicional (wadaiko) que possui competições reunindo grupos de todo o país.

Fontes:

- Fábio Tsuzaki, líder do grupo Hikari Daiko. Contato: fabiotsuzaki@gmail.com, Telefone: (61) 9115-9697. Treino aos sábados, às 14h, no Clube Nipo, Brasília.
- Paulo Veil, líder do grupo de Eisá Taiko Ryukyu Koku Matsuri Daiko (RKMD). Contato: pauloveil@gmail.com/brasilia@matsuridaiko-brasil.com. Treino aos domingos de manhã. Endereço: Associação Nipo Vargem Bonita - Área Isolada nº 1 Vargem Bonita - DF.
- Ronan Alves Pereira, professor de cultura japonesa da UnB. Contato: ronan_pereira@hotmail.com

Ideias de adereço:

- Vídeo de apresentação ou que ajude a ilustrar a diferença entre eisá taikô e wadaiko

Anexo fotográfico

Todas as fotos são de autoria própria



Na quermesse do templo budista da 315 sul em Brasília, pessoas de várias idades dançam o *Bon Odori*: dança tradicional dos festivais japoneses



Momento do *Matsuri dance*: movimentos baseados no *Bon Odori* com músicas da cultura pop. Invenção dos brasileiros



Antes de começar com os arcos, os iniciantes treinam em estilingues de borracha por três meses.
Prática no Clube Municipal, Tijuca, Rio de Janeiro



Segunda etapa do treinamento: tiro a curta distância



De Goiânia, Yasmin Carvalho é deficiente auditiva e faz cosplay desde 2007



As irmãs Bianca e Luna Martins fazem cosplay há 5 anos e gostam de costurar as próprias roupas



Sessão de fotos durante encontro promovido pela Central Cosplay na Praça dos Cristais, Eixo Monumental em Brasília



Encontro da comunidade do facebook "Lolitas de Brasília". Brasília Shopping, Asa Norte



Apresentação do grupo Hikari Daiko durante quermesse do templo budista em agosto

Reportagens

Tema: Religião

Título: Em busca da iluminação

Chamada: Brasileiros se declaram budistas e já são maioria em vertente que chegou com os imigrantes

O budismo é uma religião originária da Índia no século VI a.C e tem no Brasil cerca de 250 mil adeptos, segundo o Censo do IBGE (2012). A vertente japonesa do budismo, o budismo shin, veio para o Brasil com os imigrantes e mais de 100 anos depois, a comunidade brasileira sem ascendência oriental é maioria entre os praticantes desse tipo de budismo no país.

Nos finais de semana de manhã, o Templo Shin Budista da Terrapura, na quadra 315 Sul em Brasília, recebe cerca de 20 pessoas que entoam mantras, ouvem ensinamentos e meditam silenciosamente. O monge que guia a cerimônia, a qual chamam de ofício, inicia o canto principal: o Shoshinge. As palavras japonesas representam ensinamentos do Buda Amida e falam principalmente sobre iluminação e amor entre todos os seres.

Apesar de a cerimônia se desenvolver por meio de cânticos em japonês, com o uso do Livro do Ofício que possui os mantras originais com legendas em português, e o templo ter inspiração na arquitetura japonesa, são raros os participantes com alguma ascendência oriental.

O Templo da Terrapura é um retrato da adaptação dos brasilienses à prática. Resultou de um encontro da comunidade japonesa com Juscelino Kubitschek em 1958, que garantiu o terreno em área considerada nobre, no Plano Piloto. Hoje, 98% da comunidade budista ligados ao Terrapura não têm ascendência, e este é o templo com a maior participação desse perfil segundo os monges. “Acho que foi uma coisa visionária do Juscelino, por que nessa área não há japoneses”, comenta a monja Cris E-gen.

O professor da Universidade de Brasília Paulo Coelho reforça a importância da participação dos não-descendentes na prática. “No Brasil, esse budismo entrou em crise por que a maioria dos japoneses virou católica”, explica. Para ele, o que demonstra o interesse dos não-descendentes ao frequentar os templos vem da natureza do budismo shin, também chamado de amidista: “É um budismo devocional, como se fosse uma auto-ajuda. É evidente que parte disso tem uma fascinação pelo exótico, pelo estranho”.

Além de docente e membro do Núcleo de Estudos da Ásia da UnB, o professor aderiu ao budismo, que segundo ele é mais um estilo de vida do que religião. “Comecei a ter experiências de visões que a igreja católica e evangélica não me esclareciam”, conta. Ele conta que experimentou cultos de várias religiões, como a espírita e o candomblé.

A prática

O questionamento se a prática é filosofia ou religião permanece mesmo entre os teóricos, mas para os devotos do Terrapura não há dúvidas. É uma religião, mas diferente das convencionais do Ocidente busca um estado de espírito em vez da reverência a um deus ou o pedido de milagres, a noção de penitência também não existe. “Nós falamos em vários Budas. O significado dessa palavra é despertar, então Buda não é só uma pessoa, é um caminho”, explica a monja Cris E-gen. O despertar também pode ser chamado de iluminação e é a principal busca do budismo como um todo.

A cada semestre acontece no templo o curso de meditação, que é a principal ferramenta para o exercício do despertar, dura dois meses e encerra com a cerimônia para aqueles que desejam iniciar a trajetória budista. A Tomada de Refúgio nos Três Tesouros, como é chamada, dá direito a um nome búdico e incide em deveres com o templo, desde a limpeza até o comando das cerimônias. “Talvez seja a diferença principal dessa escola, o leigo participa muito da atividade religiosa, principalmente nos cursos que é um trabalho voluntário”, relata Cris.

Taís Campos teve os primeiros envolvimento com o Terrapura através do curso de meditação há quatro anos quando era estudante de filosofia. “Minha paixão é filosofia oriental e eu queria praticar. Esse templo aqui em Brasília sempre foi uma referência”, conta. Ano passado, Taís decidiu se tornar budista e hoje é uma destas trabalhadoras voluntárias.

O último curso de meditação começou em outubro com uma palestra inaugural recebeu mais de cem pessoas. Ainda está em andamento, com três turmas em diferentes dias da semana. Os encontros são divididos em aulas teóricas e prática. Na teoria estão os ensinamentos de Buda e a prática é o próprio exercício da meditação, que como no ofício dos finais de semana é silenciosa ou cantada. A roda do darma, às sextas-feiras, junta os alunos das três turmas para uma reflexão coletiva sobre questões do planeta e da atualidade relacionadas ao budismo. Para participar foi necessária uma contribuição de R\$250.

Larissa Freitas, estudante de 23 anos, conta que soube do curso através de uma pesquisa na internet, mas o objetivo era outro. “Foi por curiosidade, eu andava muito ansiosa”, diz. Larissa não pretende se tornar budista, mas defende que a prática da meditação pode ajudá-la a resolver o problema: “Depois me meditar eu me sinto bem mais calma, mas ainda acho difícil levar isso para o dia-a-dia”.

O monge

Nascida Cris Holanda, a paraibana adotou o nome búdico Cris E-gen ao iniciar a trajetória budista. Teve o primeiro contato com o budismo zen e tibetano, mas foi ao subir as escadas do Templo shin budista da Terrapura pela primeira vez que ela se sentiu completa. “Ouvi o canto do Shoshinge e começou por um sentimento. É característico do shin budismo ser mais emocional e acolhedor”, conta. Hoje, Cris se veste com o manto típico dos monges para comandar a cerimônia.

A monja concilia a vida no templo com o trabalho de funcionária pública, no Senado. “Meu dia começa com o sino, às 7 da manhã e termina no mínimo às 21h30. Minha vida é dedicada ao budismo, mesmo trabalhando”, conta. As segundas-feiras são

devotadas ao estudo. Ela estuda japonês, o que para um monge do budismo shin é fundamental.

Para se tornar um mestre da vertente do Buda Amida é necessário passar por uma série de exames – chamado Tokudô – no país originário, o Japão. “Existem sete provas para se tornar monge, uma delas é aprender a dobrar suas roupas”, relata Cris. Durante 11 dias, os aspirantes a monge ficam enclausurados em um templo e trabalham por 18 horas sem descanso. Para chegar preparada ao Japão, Cris estudou no templo matriz em São Paulo por três anos.

Apesar do esforço, ela garante que não é necessário abdicar da vida para ser monge. É casada com Shôjo Sato, filho de japonesa e também monge no templo da Terrapura. O celibato no Japão foi rompido no século XII.

Box: Budismo shin x Outras vertentes

O budismo é uma doutrina religiosa, filosófica e espiritual derivada da Índia no século VI a. C. Foi criada por Sidarta Gautama, mais conhecido como Buda, um príncipe que alcançou a iluminação ao abandonar a vida de luxo e passou a guiar a humanidade para que todos também se tornem Buda, que do sânscrito (língua sagrada da Índia) quer dizer “iluminado”.

Ramificações do budismo existem por toda Ásia, sendo as mais populares o budismo Theravada, ou original; o budismo Mahayana, em que se incluem as vertentes japonesas (Shin e Zen); e Vajrayana, o budismo tibetano. No Brasil, a mais conhecida é a vertente do Tibet, abordado pela atual novela da Rede Globo, “Joia Rara”.

Já o budismo Shin – ou Jodo Shinshu – surgiu no século XII no Japão pelo monge Shinran Shonin, insatisfeito com as tradições que dominavam a prática religiosa, na época. É parte do budismo amidista, caracterizado pela recitação do sutra Namu Amida Butsu, que busca levar o praticante ao local sagrado da Terra Pura e com isso alcançar o Nirvana, um estado de espírito de libertação do sofrimento.

Tema: Esporte

Título: Kyudô: O caminho do arco

Chamada: Técnica oriunda do Japão que exercita a calma e concentração, tenta se firmar no Brasil e já possui um grupo de adeptos na capital

Quando se pensa em arco-e-flecha pode até parecer que o objetivo seja acertar o alvo, mas não para a equipe da Kyudô-Kai, um grupo que pratica o kyudô, uma dentre as várias artes marciais japonesas como o Caratê e o Judô, que já estão largamente implantadas no Brasil. No kyudô, a busca é pelo equilíbrio interior. “O arqueiro não acerta o alvo, ele acerta a si mesmo”, diz Luiz Bhering, representante do grupo em Brasília.

Num gramado do Clube do Exército, em Brasília, Luiz coordena o grupo ainda em difusão que chegou ao Brasil em 2008. Apenas 40 pessoas no Brasil inteiro praticam semanalmente a arte que usa o arco e flecha para acertar alvos a uma distância geralmente de 28 metros. O servidor público de 59 anos conta que o exercício é o segredo para manter uma vida equilibrada: “É o tipo de coisa da qual você sai mais calmo para enfrentar o dia-a-dia, muita coisa na sua cabeça se ajusta.”

Os treinos acontecem todo sábado à tarde e aos domingos de manhã de acordo com a disponibilidade, no espaço de arqueirismo do Clube, no Lago Sul. Cada encontro consome duas horas e cada detalhe desde montar o arco a se retirar do local de treino possui uma forma e faz parte do treino. Os kyudocas têm idades e profissões distintas, entre homens e mulheres. Com gestual preciso e ritmado, o kyudô é praticado com uma vestimenta típica japonesa, um quimono preto e branco caracterizado pelo uso de calças (hakamá).

Objetivos

Apesar de ser uma arte marcial, o kyudô não é esporte, pois o foco não é a competição. Também não há a figura de um professor e sim a de mestre e discípulo ou veterano e novato. No caso de Brasília, Bhering guia o treinamento do grupo, reunido há três anos, de uma a duas vezes por semana. “No Japão existe essa

tradição do mais antigo conduzir o treino. É uma espécie de coordenador chamado de senpai”, explica.

Tal como no jiu jitsu ou judô, a prática tem graduações. Bhering possui o 1º Dan, o primeiro nível do kyudô. O sistema está presente em qualquer arte marcial e, segundo ele, demonstra a essência pouco competitiva quando aplicada ao arco-e-flecha: “No exame de graduação você percebe o sentido, por que a pessoa que acerta pode não ser graduada. Por exemplo, eu não acertei o alvo. O tiro é apenas 25% da prática”. Os exames acontecem apenas nos Estados Unidos, Japão e países da Europa, por isso os adeptos precisam viajar para alcançar o próximo nível.

Vítor Rezende tem 21 anos e pratica com Bhering há três em Brasília. Ele conta que os benefícios são levados para a vida pessoal. Ele serviu ao Exército por um ano e não tem dúvidas de que o kyudô foi de grande valia: “A questão de lidar com o lado psicológico da pessoa, de fazê-la superar limites a todo o momento, influencia bastante. Como você tem uma concentração maior, lida com isso com mais facilidade”. Hoje, ele é estudante de Direito.

Prática

Qualquer interessado pode começar apenas com a presença aos treinos, vestindo camisa e moletom. Existem oito passos básicos para lançar a flecha, mas a pessoa não começa com um arco em mãos, pois a segurança é a principal regra do kyudô. Tudo começa com o treino dos movimentos no ar, depois é introduzido um estilingue de borracha e então tiros com arco a 10 metros de distância em um alvo de palha. O processo leva de dois a três meses.

A partir daí, a prática mais comum é o tiro ao alvo em um campo com distância de 28 metros. “Esse é o início de um estudo e trabalho de pelo menos 30 anos. A sensei dos Estados Unidos começou a treinar em 1955, até hoje ela pratica a 28 metros”, conta Bhering. Distâncias maiores existem, mas são consideradas práticas cerimoniais. Os kyudocas formam fileiras, em absoluto silêncio, e começam com uma reverência entre si. Cada um tem sua vez. Desde o gesto de pegar a flecha até os deslocamentos, tudo é feito lenta e sutilmente, com precisão de movimentos.

Além da diferença de objetivos, o arco japonês possui várias diferenças do arco olímpico ocidental. É artesanal, produzido com materiais como bambu, madeira e fibra de vidro, o peso varia de acordo com a capacidade física do kyudoca e o comprimento sempre ultrapassa 2 metros.

Em Brasília, todos os praticantes assíduos já possuem o próprio material e ajudam com uma mensalidade de R\$100 para o aluguel do espaço. “Ninguém aqui é endinheirado, mas todos são determinados”, comenta a mãe de Vítor, que acompanha os treinos do filho por admiração.

O equilíbrio que busca a Kyudô-Kai é resultado de um esforço de concentração e atenção aos detalhes. Com influência das religiões orientais, a respiração tem uma função primordial para o exercício de um bom lançamento de flechas.

Box: Kyudô no Brasil

A prática no país é recente, se comparado a outras artes marciais. Começou oficialmente em 2008, quando o japonês Nobuo Yanai foi convidado para guiar os treinos de um pequeno grupo brasileiro. “O grupo inicial entrou em contato com a Federação de Kyudô dos Estados Unidos. Eu já tinha praticado muitos anos, desde a época do colégio, então a presidente me procurou”, relata. Yanai morava no Brasil, após uma estadia de sete anos nos Estados Unidos, e viu na ocasião uma oportunidade para retornar à prática, agora como sensei – que para o português pode ser traduzido como mestre – um kyudoca de alta graduação.

A dificuldade do grupo original foi de locação e equipamentos. O arco mais básico custa cerca de 500 dólares, valor que pode chegar a quase R\$2 mil com frete e taxas de importação. Todo o material é importado do Japão, o Brasil ainda não possui fabricantes ou mesmo revendedores. Os primeiros arcos foram cedidos pela Federação Americana de Kyudô. “No Japão quase todos os colégios têm um dojô organizado, mesmo com chuva se pode praticar. Aqui no Rio, quando chove é um problema”, admite Yanai, em um espaço aberto do Clube Municipal do Rio de Janeiro, no bairro da Tijuca.

Desde então os praticantes de Kyudô conseguiram se expandir para Brasília, Fortaleza e São Paulo. Grupos em Vitória e João Pessoa também estão em formação e mesmo outros países buscam na Kyudô-kai o auxílio do mestre sensei para começar, como é o caso do Chile e Paraguai.

Tema: Música

Título: No ritmo dos tambores

Chamada: Conheça a arte milenar do taikô, percussão japonesa que regasta tradições entre os jovens descendentes

Taikô em japonês significa tambor, mas também nomeia a prática de sua percussão, expressão artística que no Brasil já possui 150 grupos. O total de praticantes estimado pela Associação Brasileira de Taikô (ABT) está em seis mil praticantes. No bairro da Liberdade, em São Paulo, é possível ver um pouco da arte de cada estado, em uma competição que já acontece há dez anos. No Distrito Federal, três grupos se organizam em Brasília, Taguatinga e Brazlândia.

Um desses grupos é o Hikari Daiko, formado em 2005 com o objetivo de divulgar a cultura japonesa entre os próprios descendentes. Todo final de semana o grupo se reúne no Clube Nippo (Setor de Clubes Sul) e tem atualmente 20 integrantes, em geral jovens estudantes, que exercitam corpo e mente no toque do tambor japonês. “Taikô representa garra e força, e com isso dá para transmitir muita coisa. Extravasa os sentimentos”, comenta Paula Hirozawa de 19 anos, uma das líderes do grupo.

O instrumento é característico, feito de madeira em diversos tamanhos, e tocado com baquetas. A principal diferença na execução, comparado à percussão brasileira, é que cada toque do tambor é acompanhado de um movimento coreografado, marcial e tipicamente japonês. O que, junto à roupa que remete ao quimono, faz do taikô um espetáculo visual além da composição de um som. É tradicional dos festivais japoneses que ocorrem de forma similar no Brasil.

A competição nacional é organizada pela Associação Brasileira de Taikô (ABT) que existe há 11 anos. O festival é sediado no bairro da Liberdade, em São Paulo, ocorre anualmente em julho e teve 36 grupos inscritos em sua última edição (2013).

Possui quatro categorias separadas por idade, além de uma competição solo. Na categoria júnior (até 18 anos), a equipe vencedora viaja para competir no Japão com despesas pagas. É nessa classe que a equipe do Hikari Daiko compete todo ano. Na última edição, os participantes de Brasília conquistaram o título de segundo lugar

com a música Tsunami no Kanashimi wo Norikoete (“Superando a dor do tsunami”), composta por eles em homenagem às vítimas dos maremotos no Japão.

Qualquer pessoa pode fazer parte do grupo. Os líderes pedem uma quantia de R\$30 para manutenção dos materiais e não precisa ser sócio do Clube Nippo para participar.

Percussão para brasileiros

O professor de música da Universidade de Brasília Mario Brasil teve a oportunidade de tocar o taikô no Japão e aponta uma diferença histórica entre os tipos de percussão: “A nossa percussão vem da percussão africana. Foi usado a princípio em rituais e depois como entretenimento, no nosso samba, por exemplo. Já no Japão o taikô começou a ser usado pelos militares, para comandos, intimidação do inimigo e incentivar as tropas, e depois aos poucos foi entrando nos rituais.” A história desse tambor remete há mais de seis mil anos.

Como outras práticas artísticas e culturais no Brasil, o movimento não se restringe apenas aos descendentes de japoneses. Foi a partir de uma apresentação na quermesse do templo budista da 516 sul que Dayam Botelho conheceu o taikô. Ele começou a praticar há quatro anos em um grupo de Taguatinga. “Eu já tinha uma estrada de percussão em outros estilos e me interessei, achei que era uma experiência legal”, relata.

Para o professor de cultura japonesa da UnB Ronan Alves outro fator se revela: “Pode ser que até surjam novas tradições de taikô no Brasil, com essa combinação da tradição japonesa com a brasileira”, sugere. De acordo com a ABT, atualmente a maioria – estimada entre 85% a 90% – dos praticantes no país não têm ascendência japonesa.

*Entrevistas realizadas pelas alunas Fernanda Cunha e Sara Moraes durante disciplina Jornalismo em Rádio, ministrada pela professora Nélia Del Bianco no segundo semestre de 2012

Tema: Moda

Título: Entre rendas e babados

Chamada: Moda de rua japonesa possui fãs em todo o país e vira inspiração para jovens estilistas

Vestir-se como boneca não é mais coisa de criança. Com a popularização na internet, a moda japonesa das lolitas chega ao Brasil. Suas usuárias são geralmente meninas acima dos 20 anos, que encontram nos laços, babados e saias em formato de sino uma verdadeira forma de se expressar. Trata-se de uma moda urbana que teve como inspiração principal o estilo de Maria Antonieta – o Rococó -, mas alcançou as redes sociais e forma hoje uma comunidade virtual brasileira com mais de 2.500 adeptos.

É domingo à tarde, a combinação perfeita para o encontro das lolitas de Brasília. A comunidade é reunida pelo Facebook e o local escolhido é uma confeitaria suíça. O grupo de sete meninas chega aos poucos e não passa despercebido pelos clientes. Eles interagem com as garotas, vários pedem para tirar fotos e alguns que questionam o porquê das roupas. Já acostumadas, as meninas respondem: “Nós gostamos de nos vestir assim. Não é fantasia, é uma moda japonesa”. Elas conversam, fazem poses e a cena se repete no mês seguinte em uma nova confeitaria.

Em Brasília, o grupo reúne 81 membros, dentre homens e mulheres de diversas idades, aficionados ou apenas interessados no estilo. Os encontros podem ser sugeridos por qualquer um deles, reúnem em geral mais de dez pessoas e locais como confeitarias, cafés e creperias são os mais requisitados. Os meetings, como elas gostam de chamar, já acontecem há sete anos em Brasília.

“Às vezes estou em casa, me visto de lolita e parece que o mundo muda”, testemunha Mariana Schultz, de 27 anos. Ela sofre de uma doença nas pernas e no momento anda apenas de cadeira de rodas, mas conta que viu no hobbie uma forma de ser mais feliz no dia-a-dia. Ela prefere o estilo sweet lolita, que conta com grandes laços e estamparia com motivos doces.

A moda tem mais de 10 subdivisões. A mais conhecida, além da sweet, é o gothic, com elementos do estilo, como o desenho de cruzes e catedrais. Há também o classical, em que a busca principal é pela elegância, motivado por estampas mais maduras e que mais remete às roupas históricas. O que define se a roupa segue ou não o estilo é a silhueta característica: saia ao nível do joelho em formato de sino ou similar e blusa sem decotes.

Lolita no dia-a-dia

Carolina de Almeida, 28 anos, é professora de inglês e não restringe o guarda-roupa lúdico aos encontros. Ela conta que usa de três a quatro vezes por semana, inclusive para trabalhar. “Eu diria que 70% do meu guarda-roupa é de marcas lolitas ou inspiradas no estilo”, confessa. Gosta de usar no cinema, no restaurante e encontros com o namorado, que também se interessa por moda alternativa.

Ao ser questionada se sua imagem já foi de alguma forma prejudicada no trabalho por causa do estilo ela conta que, pelo contrário, já conseguiu emprego por causa dele: “Estava em um encontro no shopping e perguntei em uma loja se podia deixar meu currículo lá e o gerente ficou muito empolgado”, conta. Era uma loja de roupas focada no público jovem.

Carolina é adepta do estilo desde o primeiro encontro na capital, em 2006. A maioria de suas roupas vem de marcas japonesas, como a clássica e feminina Innocent World. Para lolitas que encomendem direto do Japão, o gasto com um vestido pode chegar a R\$1.000 com as taxas corretas de importação. Por isso, é comum a aquisição por meio de comunidades de compra e venda de usados na internet.

Para recepcionista de hotel, Carol Abreu, 28 anos, a saída é apostar no mercado de segunda-mão. “Compro as roupas originais com um preço razoável”, explica. Carol sempre se abastece dessa forma, em fóruns e redes sociais, onde as meninas oferecem as roupas que não desejam mais pelo preço que acham justo. Porém, estampas raras de coleções passadas podem dobrar o valor original.

Muitas lolitas também investem em encomendas de costureiras nacionais, seja em roupas originais, seja em ideias próprias. Não existem lojas físicas no Brasil que vendam vestidos para a silhueta das lolitas, como já acontece nos Estados Unidos e França com representantes de grandes marcas japonesas. Por aqui, existem lojas virtuais, mas ainda são poucas que oferecem a criação de modelos exclusivos. Foi com esse desejo que a lolita paulistana Lea Bertolim, 30 anos, mais conhecida como Kakao, abriu sua marca baseada na moda japonesa.

Mercado tímido no Brasil

Há três anos, Lea inaugurou a marca Merry Go Round que atualmente oferece saias, blusas e moletoms com os motivos lúdicos também presentes na moda lolita. “Gosto muito do que é considerado um exagero por aqui”, confessa. Acessórios como toucas de urso também podem ser vistos na vitrine virtual. “Percebi que amigas ficavam frustradas de ir às lojas locais e só se identificarem com as roupas de crianças”, comenta. O sonho de Lea é transformar a marca em loja física.

No Rio de Janeiro, também é a moda japonesa e os motivos lúdicos que inspiram Ana Veiga, de 27 anos, em sua grife de acessórios, a What Alice Found. “A sociedade japonesa tem um estilo único, muitas vezes a moda é a válvula de escape da vida certinha e segmentada para a maioria”, explica. Ela é designer de moda e foi com uma tese sobre moda lolita que completou a formação, mas lamenta a falta dos estilistas japoneses nas disciplinas da faculdade.

A crítica também fica a cargo da professora brasileira Raíssa Moraes, de 23 anos, formada em design de moda. Além disso, ela percebe que ainda é necessário quebrar uma discriminação presente na sociedade brasileira. “A gente tenta quebrar o preconceito e ouve muita coisa”, defende, acrescentando que foi motivo de chacota entre os alunos ao apresentar um trabalho sobre o difusor do estilo gothic lolita, o estilista e músico Mana: “Tive que concluir minha apresentação na metade, não me deixavam falar”. Apesar disso, o projeto de conclusão de curso que também foi sobre a moda do Japão contou com o apoio da embaixada.

Para Raíssa, o que mais encanta na moda urbana japonesa é a constante criação de novas tendências. “Eles têm essa ideia do inovar e criam tudo muito rápido”, diz. No Japão, Harajuku é considerado o bairro da moda em Tóquio e por lá passam jovens em uma variedade enorme de estilos de roupa, especialmente nos fins de semana. Artistas como Lady Gaga confessam ter na moda nipônica uma fonte de inspiração. A moda lolita saiu de Harajuku para as ruas das grandes cidades brasileiras, como Rio, Brasília e São Paulo.

Tema: Cultura Pop

Título: Personagem por um dia

Chamada: Quando brincar de fantasia ganha um novo sentido

Cosplay é o nome dado às fantasias criadas como cópias fiéis de personagens imaginários, geralmente das histórias em quadrinhos japoneses, os mangás e animês. Esse é hoje o passatempo de milhares de jovens por todo o Brasil, que realizam o desejo de se tornar protagonistas em eventos, como o Anime Friends em São Paulo, que reuniu em sua última edição mais de 120 mil pessoas ao longo de oito dias.

Do inglês costume+play, significa literalmente “brincar com uma fantasia”. Teve origem nos Estados Unidos, mas foi com a cultura pop japonesa – termo que envolve toda a indústria de entretenimento do Japão – que se popularizou a partir da década de 80. “O que mais gosto é o reconhecimento dos fãs, quer dizer que consegui o resultado que queria, homenagear o personagem sendo o mais fiel possível a ele”, comenta a brasiliense Renata Duarte, de 26 anos, que ao longo deste ano já completou seis projetos. Fora dos eventos, ela trabalha como funcionária pública.

Parte das armas e acessórios que Renata usa com as roupas é feita pelo marido Gladston Dias, promotor de venda de 24 anos. Ele também é cosplayer, nome dado a quem veste o cosplay, e fã de animês desde criança. “Procuro fazer desde as costuras mais básicas até as peças de armadura e armas sozinho”, diz Gladston. É característico do hobby o Do It Yourself (do inglês: faça você mesmo) que traduz o espírito de ir atrás do material e botar a mão na massa. Existe uma grande variedade de materiais que podem ser encontrados facilmente em papelarias, como a lâmina emborrachada EVA ou o papel panamá, que estão entre os mais usados. Entre os tecidos, o Oxford – fosco e de baixo custo – é a opção número um.

As fantasias podem ser de Batman, de Cavaleiros do Zodíaco ou mesmo de celebridades e fenômenos da internet. Para muitos cosplayers, a diversão termina com uma sessão de fotos compartilhadas nas redes sociais. Grupos do Facebook foram criados com esse intuito, como a Brazilian Cosplayers United, que possui mais

de 10 mil membros. Já para alguns, a melhor parte da brincadeira é competir. Eles criam uma verdadeira apresentação teatral, com diálogos, cenário e trilha sonora, para apresentar em concursos que acontecem durante as convenções.

Competições

As regras variam de acordo com os eventos. Em geral, a apresentação não passa de poucos minutos e pode acompanhar uma gravação de áudio e trilha sonora feita pelos próprios participantes. Apesar de ser uma encenação rápida, o processo de criá-la pode ser bem árduo. “Eu costumo pensar em apresentações antes mesmo de começar um cosplay. A ideia às vezes surge do nada”, conta Gladston, que participa de concursos há seis anos.

Os participantes podem utilizar diversos recursos para enriquecer a cena, desde cenas de luta ou técnicas de dança ao uso de ferramentas como o lança confete, mais conhecido como poc. O estudante Igor Ribeiro, 16 anos, faz cosplay desde pequeno e conta que tem o hábito de assistir vídeos de apresentações alheias para descobrir novas técnicas: “Usei talco na apresentação de Pinguim (Batman) para dar efeito de fumaça. Gosto de trazer coisas com as quais as pessoas não estão acostumadas”.

A maior competição mundial é o World Cosplay Summit, evento televisivo que acontece em Nagoya, Japão, desde 2003. Atualmente 20 duplas representam diferentes países, entre eles o Brasil, que foi o primeiro a conquistar o tricampeonato. Seletivas acontecem em Brasília e outras 10 cidades, com uma seleção final realizada em São Paulo. Todos os gastos com viagem são pagos por patrocinadores e o prêmio final é de U\$2 mil dólares.

As regras na competição japonesa são tão rígidas que a estudante Angélica Pires, 23 anos, e a servidora pública Juliana Costa, 26 anos, foram desclassificadas porque um pedaço pequeno de strass caiu para fora do palco. “Na hora, a gente já sabia isso ia acontecer, porque outras pessoas já foram desclassificadas por muito menos”, relata Angélica. Apesar da situação, elas garantem que a decepção não foi

tanta, pois decidiram participar muito mais por diversão. “Tivemos duas semanas para fazer o meu cosplay”, explica Juliana.

O valor de um cosplay varia muito. Armaduras podem chegar a R\$500, como foi o caso de um dos cosplays de Angélica. “Foi o meu cosplay mais caro por que gastou muito material. Levei três meses para fazer”, revela. Apesar da dificuldade, ela garante que há um grande acervo disponível on-line, para quem quiser aprender, como por exemplo no site da Central Cosplay administrado por elas.

Para quem quiser se divertir gastando pouco e abusando da criatividade, a fantasia mais simples, ou cospobre como eles chamam, pode ser feita de formas mais baratas. “Tenho uma amiga, a quem chamavam de rainha do cospobre. Ela fez um cosplay de Misty (Pokemon) com R\$5”, conta Angélica. Na ocasião, a moça já possuía um cabelo laranja e um short parecido com o da personagem; bastou comprar um elástico que serviu de suspensório e uma blusa de bazar, ao custo de R\$2,50. “Cosplay tem muita gambiarra, não tem jeito”, brinca Angélica Pires que estuda farmácia e faz cosplay há oito anos.

Profissão Cosmaker

Quando a afinidade com o lema Do It Yourself é pouca, há a opção de investir nos chamados cosmakers. São pessoas que decidiram fazer do hobby uma ocupação, oferecendo o serviço de customizar toda a fantasia. O trabalho costuma ser divulgado pelas redes sociais, mas para Hermes Barreto, aposentado de 42 anos, vem do boca-a-boca sua única divulgação. “Aceito apenas o trabalho que gosto de fazer”, declara.

Hermes começou no hobby antes mesmo da popularização da internet, em 1989, quando decidiu ir à estreia do filme Batman vestido como o herói protagonista. Ele é fã dos quadrinhos americanos e de filmes clássicos da cultura nerd como Star Wars, e é em um quatinho recheado de referências a eles que a criação começa. “Envolve engenharia e design, é um processo difícil, mas eu gosto.”

Para os clientes de Brasília, ele cobra de mão-de-obra o mesmo custo dos materiais. Hermes Barreto cursou desenho industrial por dois anos e conta que o estudo é fundamental para a construção de uma boa fantasia. “O estudo em qualquer área é importante. Primeiro a técnica, analisar o corte para não desperdiçar material, por exemplo. E confeccionar a roupa com uma boa referência visual”, defende. Hermes aceita em seu ateliê qualquer pessoa que tenha interesse em aprender as técnicas.

Glossário

O Glossário faz parte das reportagens

Animê – Do japonês: Desenho animado.

Buda Amida – Divindade budista, um entre vários budas. Deriva do sânscrito Amita-abha: Luz infinita.

Classical lolita – Divisão que mais adapta a elegância do Rococó. Do inglês: “Clássico”.

Cosplay – Nome dado à fantasia. Do inglês: Costume, “roupa” e play, “brincar”.

Cosplayer – Nome dado a quem veste a fantasia.

Dan – Graduação do kyudô. Do japonês: “Nível”.

DIY – Sigla para Do it yourself, significa literalmente “faça você mesmo”, em inglês.

Dojô – Local de treinamento das artes marciais.

Gothic lolita – Designa as lolitas com temática gótica. Do inglês: “Gótico”.

Hakamá – Parte inferior da vestimenta japonesa, tradicionalmente masculina.

Harajuku – Bairro de Tóquio (Japão) especializado em moda.

Hikari Daiko – Grupo brasileiro de taikô, em japonês: “Luz” e daiko é variado de taikô.

Hobby – Passatempo, em inglês.

Jodo Shinshu – Também chamado de budismo shin. Do japonês: “A verdadeira essência do ensinamento da Terra Pura”.

Kyudô – Prática do arco-e-flecha japonês, significa “caminho do arco”.

Kyudô-kai – Grupo brasileiro para a prática do Kyudô. Do japonês: “clube de kyudô”.

Lolita – Estilo de moda urbana japonesa com significado incerto. Não confundir com o livro “Lolita”, de Nabokov.

Mangá – Do japonês: História em quadrinhos.

Meeting – Termo popular para os encontros lolita. Do inglês: “Encontro”.

Nirvana – Estado de espírito superior. Do sânscrito: “cessação do sofrimento”.

Nikkei – Descendente de japonês, independente da geração.

Senpai – No kyudô é um praticante experiente. Do japonês: “veterano”.

Sensei – Mestre. Do japonês: “aquele que veio antes”.

Shin – Diminuição do nome do criador da escola: Shinran Shonin.

Shoshinge - Canto principal da cerimônia (ofício) no budismo shin Do japonês.

Sutra – Registro dos ensinamentos de Buda. Do sânscrito: deriva do verbo “costurar”.

Sweet Lolita – Lolitas com temas infantis como laços, fitas e bolinhas. Do inglês: “Doce” lolita.

Taikô – Tambor japonês, usado em rituais e apresentações artísticas em festivais.

Terra pura – Nome do local em que se alcança o renascimento, nirvana.

Tokudô – Exame para se tornar monge, ordenação monástica.